

2008-2010年中国卫浴市场调查与投资前景分析研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国卫浴市场调查与投资前景分析研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2785027850.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

英文版本价格 15800元内容简介 近年来，竞争激烈的卫浴行业，迎来了越来越多的国际对手。为了争抢中国市场这块巨大蛋糕，国际建材巨头纷纷在中国投资建厂，国内企业也将销售重点由国际市场转向国内。世界十大卫浴品牌已有8家在中国设厂或贴牌。从专卖店、到旗舰店、到体验馆，究竟是企业营销的概念炒作还是行业发展的升级和创新？布置越来越精美的体验馆，是否将成为未来陶瓷行业的渠道主流？经过近年来的迅速发展，中国已经成为了世界上最大的卫浴设备生产国和消费国，中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也几乎占了世界总量的35%左右。中国出口欧洲、美国、日本、韩国、中东等地的产品每年以50%的速度增长。当前，国内的卫浴产业主要集中在东南沿海发达地区，广东开平、浙江温州、福建南安是目前国内三大卫浴产业集群地。从2007年的情况看，卫浴行业发展的外部环境也发生了根本改变。除了辐射标准、出水量的控制外，还有取消出口退税、房地产销量下降、销售的压力急剧加大等因素，国家对耗能等方面的硬性限制，对行业发展而言更是雪上加霜。国家的这些政策对行业内20位以外的企业压力更大。另外由于原材料价格的不断上涨等原因，导致全国各地的卫浴产品的价格战再次掀起。当前国内卫浴行业的发展存在着一个最大的“软肋”，那就是缺少品牌，国内卫浴企业要在愈演愈烈的竞争国际化的市场中分享一杯羹，需要好好地设计，提高企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等运作能力。作为国内高端消费的五星级宾馆对卫浴消费为什么会选择国外品牌卫浴产品，而舍去国内物美价廉的卫浴品牌产品？这是一个国内卫浴业不得不深思和面对的残酷现实。国内企业粗放式经营、设计粗糙、质量监控不严密、企业行业不规范，导致大批量生产的卫浴产品质量不稳定，服务滞后等都是铁铮铮的事实。在消费市场上，可以看到在卫浴产品的概念上，消费者已经远远突破过去的传统观念。作为现代化生活的标志性用品，它已经进入人们生活的方方面面。对于其功能，消费者不仅要求具有其卫生与清洁功能，还要求集保健功能、欣赏功能、科技、以及娱乐功能于一体。从消费者的消费趋势来看，在未来的市场上，卫浴行业将呈现出品种多样化的发展趋势是不言而喻的。设计风格从单纯的使用价值逐渐简洁大方，愈发注重使用性和审美性的结合，从重外观到重功能卖点，从多功能到实用型，并且在时尚、休闲、科技、功能的基础上融入个性、自然和谐、人性关怀的卫浴空间。如何用不同个性的浴室来展示不同主人的个性生活方式？如何将简单和谐美引入卫浴环境？如何将人文关怀融入卫浴设计中？将越来越受消费者和企业关注。本研究报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国建筑卫生陶瓷工业协会、中国家电工业协会、中国建材报、国内外相关报刊杂志的基础信息以及各省市统计局和研究机构公布的大量数据，对中国卫生陶瓷市场的发展状况、地区分布、进出口状况、进行了详细研究。根据中国房地产行业总体和主要地区发展情况，预测了未来卫生陶瓷市场的需求规模，并对卫浴设备领先企业进行了重点、细致的分析。报告还对热水器、浴霸等卫浴电器市场现状、竞争格局以及未来发展趋势进行了分析论述，是卫浴设备市场相关生产企业、经营企业、研究机构等单位准

确了解目前中国卫浴市场发展动态、把握卫浴市场发展方向、制定市场策略的重要决策参考依据。

目 录CONTENTS

第一章 卫浴产品定义与投资特性分析 1

1.1 第一节 卫浴产品定义

1.1.1 1一、卫浴产品的定义和分类

1.1.2 1二、卫浴产品结构及其市场分析

1.2 第二节 卫浴行业投资特性

1.2.1 4一、市场利润

1.2.2 4二、工艺需求

1.2.3 4三、行业风险

1.2.4 4四、进出壁垒

2 第二章 我国卫浴行业相关政策标准

2.1 7一、国标委拟定卫生陶瓷强制标准

2.2 7二、节水型卫生陶瓷生产定点管理实施细则

2.3 7三、家用贮水式电热水器节能认证技术要求

2.4 8四、建设部调整卫生洁具配件生产通知要求

2.5 10五、中国节水技术政策大纲

2.6 11六、卫浴洁具产品的节水认证

2.7 12七、节水型生活用水器具城建标准

3 第三章 卫浴行业经济运行情况

3.1 25第一节 卫生陶瓷行业经营情况分析

3.1.1 25一、2003—2007年1-11月行业销售情况

3.1.2 25二、2003—2007年1-11月行业盈利能力

3.2 25第二节 卫浴行业集中度分析

3.2.1 26一、2003—2007年1-11月行业规模分析

3.2.2 26二、2003—2007年1-11月行业地区销售对比

3.2.3 27三、2006年行业地区盈利能力对比

3.3 30四、2003—2007年1-11月行业地区规模分析

3.4 30五、2005—2006.6年行业前十位企业

4 第四章 卫浴相关产业分析 33

4.1 33第一节 建筑地产行业

4.1.1 33一、我国建筑业历年发展状况分析

4.1.2 33二、建筑业投资状况分析

4.1.3 34三、2001—2007年1-11月年各省市房地产施工、竣工面积

4.2 36四、2001—2007年1-6月中国商品房销售面积及各省市销售情况

4.3 39五、2000—2007年1-6月商品房销售价格分析

4.4 42六、2001—2007年商品房不同地区投资情况

4.5 49七、2006年房地产行业发展状况

4.6 50八、建筑建材行业所面临的发展机遇

4.7 52第二节 不锈钢市场发展现状

4.7.1 54一、2005-2007年世界不锈钢产量

4.7.2 54二、2005-2006中国不锈钢发展状况

4.7.3 55三、中国不锈钢近年产量及发展

4.7.4 56四、太钢集团

4.7.5 58五、1991—2007年国内不锈钢市场需求

4.7.6 58六、国内不锈钢市场前景性分析

4.8 62第三节 铜冶炼行业

4.8.1 65一、1960—2006年世界精铜产量

4.8.2 65二、2005-2007年国际铜市场走势

4.8.3 67三、2005-2007年中国铜产量

4.8.4 70四、2003—2007年中国铜市场回顾

4.8.5 71五、2005-2007年铜市场走势分析

4.9 76第四节 能源工业

4.9.1 77一、2005-2007年煤炭市场

4.9.2 77二、2005-2007年石油市场

4.9.3 80三、2005-2007年天然气市场

4.9.4 83四、替代能源

4.9.5 84五、2006我国能源发展坚持多元化发展

4.10 84第五章 卫浴市场现状

4.10.1 86第一节 世界卫浴市场分析

4.10.1.1 86一、世界卫浴市场规模

4.10.1.2 86二、世界卫浴细分市场状况

4.10.1.3 87三、世界卫浴市场的市场结构及销售渠道

4.10.1.4 87四、卫浴材料最新科技

4.10.1.5 88五、2006卫浴新风尚新装饰主义风潮狂袭

4.10.1.6 89六、美国卫浴市场特点

4.10.2 89第二节 中国卫浴市场现状分析

4.10.2.1 92一、2005-2006年卫浴洁具市场总体形势

4.10.2.2 92二、卫浴产品需面对

4.10.2.3 90平住房成主流的趋势

4.10.2.4 93三、佛山卫浴洁具产品垄断国内市场

4.10.2.5 94四、节水卫浴市场开发现状

4.10.2.6 94五、2006卫浴流行趋势

4.10.2.7 96六、2008年卫浴流行趋势

4.10.2.8 97七、我国卫浴产品市场容量分析

4.10.3 98第三节 中国卫浴市场需求规模预测分析

4.10.3.1 99一、2005—2006年居民收支情况

4.10.3.2 99二、2006—2007年卫生陶瓷需求量预测

100三、从装修住宅市场方面分析卫生陶瓷市场的规模	103第六章 地区卫浴市场	105第一节
北京卫浴市场	105一、2005—2007年1-10月北京人口及居民收入状况	
105二、2005—2006.6月北京经济发展状况		
106三、1996—2007年1-10月北京房地产市场总体概况		
109四、2003-2006年北京卫生陶瓷市场需求量分析	115五、北京卫浴市场现状分析	
117第二节	上海卫浴市场	118一、2005年上海经济继续快速发展
118二、2006年上半年上海经济运行	119三	2007年经济运行总体态势
122四、2000年—2007年上海建筑房地产	122五、上海卫浴产业流通渠道分析	
127六、上海卫浴消费者分析	127七、2006-2006年上海卫生陶瓷市场需求量预测分析	
130第三节	广州卫浴市场	132一、2005年广州经济发展及居民收入情况
132二、2006年上半年广州经济运行情况	134三、广州市2007年1-10月份经济运行情况	
139四、2000—2007年1-3月广州房地产市场总体概况	141五、广州卫浴消费者分析	
143六、广东陶瓷出口现状	146第四节	成都卫浴市场
147一、2005成都宏观经济分析和居民收入分析		
147二、2006年上半年成都宏观经济分析和居民收入分析		
148三、2007年1-9月成都经济运行情况	149四、2000—2007年1-8月成都房地产市场概况	
151五、成都 “顶级卫浴一条街”	153六、成都主要卫浴建材超市分布状况	154第五节
深圳卫浴市场	156一、2003—2007年1-6月深圳经济发展及居民收入概况	
156二、2000—2005深圳建筑业房地产市场分析		
161三、2006年上半年深圳建筑业房地产市场分析		
162四、2007年1-6月深圳房地产开发情况	164五、深圳卫浴消费情趣	
165六、深圳卫浴消费模式	167七、世界顶级卫浴品牌落户鹏城	169第七章 整体卫浴市场
171第一节	整体卫浴的定义与相关分析	171一、整体卫浴的定义及优点
171二、整体卫浴的发展历史及相关技术	172三、市场相关企业产品推出状况	173第二节
整体卫浴现状与前景	177一、现代家居厨卫的趋势特点	
177二、我国整体卫浴市场现状与前景调查分析	178三、整体卫浴优点分析	
181四、整体卫浴消费者分析	181五、我国整体卫浴的国际差距	183第八章
世界卫生陶瓷发展现状	184第一节	世界卫生陶瓷行业分析
184一、世界建筑卫生陶瓷行业概况	184二、意大利卫生陶瓷行业概况	
185三、2005年西班牙卫生陶瓷概况	188四、土耳其卫生陶瓷行业	
191五、美国卫生陶瓷工业	191六、英国卫生陶瓷工业	195第二节 世界卫生陶瓷市场分析
195一、美国卫生陶瓷消费的满足需要进口	195二、争夺东南亚市场面临更加激烈的竞争	
196三、亚洲卫陶需求看涨	204四、日本卫生陶瓷市场概况	205五、菲律宾卫生陶瓷市场
206第九章	中国卫生陶瓷发展现状	207第一节
207一、2004—2007年1-10月卫生陶瓷产量总体分析		中国卫生陶瓷供给

207二、2004—2006年1-6月卫生陶瓷各省市产量 208三、2004—2005年卫生陶瓷月度产量
208四、2004—2006.6月主要企业卫生陶瓷产量 209第二节 中国主要产区发展概况
209一、2006佛山陶瓷产区现状 209二、2006年唐山卫陶产区发展状况
216三、2006年江西陶瓷产区发展现状 219四、山东陶瓷产区现状分析
224五、中西部陶瓷产业现状及机会 228第三节 卫生陶瓷进出口现状
233一、2001—2006年卫生陶瓷进出口总体分析 233二、2005年中国卫生陶瓷出口分析
237三、2005年中国卫生陶瓷进口分析 238第十章 水龙头市场发展现状 240第一节
水龙头市场现状 240一、水龙头产品分类 240二、我国水龙头企业分布状况
242三、2003—2006年水龙头市场增长 243四、我国水龙头市场容量分析
244五、我国水龙头进出口现状分析 244六、“十一五”各行业阀门需求总量预测 245第二节
水龙头市场发展趋势 246一、高价产品占居领导地位 246二、旋转式水龙头淘汰出市场
247三、混水龙头质量风格 248四、塑胶水龙头在市场中走俏 249第三节
水龙头竞争状况及趋势 249一、开平龙头行业的问题 249二、水龙头市场竞争状况分析
251三、中国水龙头市场品牌竞争情况 252四、水龙头行业竞争力弱的原因 257第四节
成霖企业 258一、公司概况 258二、2002—2006年经营情况分析 259三、销售及市场分析
261四、上市募集资金投向分析 262第十一章 热水器市场 263第一节 热水器整体市场
263一、燃气、电、太阳能热水器性能比较 263二、2003—2006年热水器市场增长分析
265三、热水器市场年度监测分析 266四、热水器3年内保持6%增幅
270五、高端市场竞争将变得激烈 272六、热水器营销分析 272第二节 太阳能热水器市场
277一、太阳能热水器市场现状 277二、家电厂商介入太阳能市场
281三、太阳能热水器行业隐患 281四、太阳能热水器市场预测 282第三节 燃气热水器市场
283一、液化气涨价殃及燃气热水器市场 283二、直排式热水器强制报废
284三、燃气热水器仍然占市场近半份额 285四、燃气热水器目前存在的问题
287五、燃气热水器走俏华南市场 289第四节 电热水器市场 290一、快速电热水器增长迅速
290二、华南电热水器市场受到制约 290三、快速电热水器市场现状
292四、即热式电热水器前景分析 296五、2006年电热水器市场趋势 298第五节 热泵热水器
301一、大型热泵热水器基地落户顺德 301二、热泵热水器规模预测
304三、热泵热水器市场开发分析 304第十二章 浴霸市场 306第一节 浴霸行业发展
306一、中国浴霸市场行业特点 306二、合格率仅六成，浴霸行业需洗牌
306三、行业标准亟待完善 307四、TCL照明进军浴霸行业 307第二节 浴霸市场发展
308一、中国浴霸市场市场概况 308二、2003—2006年浴霸市场增长
310三、价格战成竞争法宝 311四、品牌林立奥普称雄 311五、浴霸广告中看竞争
313六、中国浴霸市场存在问题 313七、浴霸市场不成熟 315八、浴霸市场前景趋势
316第三节 奥普企业 317一、奥普企业概况 317二、2002—2006年经营销售情况
319三、2002—2006年盈利水平 319四、企业经营理念 320第十三章 卫浴产品营销

322第一节	目标消费市场分析	322一、2003年厨卫、卫浴消费市场调查分析
322二、	比较流行的卫浴空间定位	325三、消费者卫浴需求特点分析
326四、	高档卫浴贷款购买逐渐成为消费的趋势	327第二节 中国卫浴产品品牌市场定位
327一、	卫生洁具营销特色	327二、当前卫浴产品品牌定位问题分析
328三、	国外品牌的市场定位	332四、从销售产品到品牌服务竞争
333五、	鸿宝卫浴风格独特抢占上海	336六、产品的模仿与创新
	卫浴品牌塑造优化策略分析	337第三节
338二、	卫浴品牌塑造优化建议	338一、卫浴品牌塑造存在的问题
	中国卫浴市场营销通路	339三、品牌传播在市场中的执行
340二、	卫浴营销之品牌概念店	340第四节
346四、	陶瓷卫浴营销	340一、我国卫浴行业目前存在营销方式
	稍	342三、卫浴产品营销之“概念化营销
350一、	我国建筑卫生陶瓷销售重点开始转移	347第五节 中国卫浴营销方式动态分析
350三、	新兴渠道引领厨卫家电	350二、建陶营销方式有了新变化
	卫浴市场竞争	351四、京城出现第三类建材市场
354第一节	中国卫浴行业竞争现状	353第十四章
354二、	国产品牌奋起直追	354一、中国陶瓷卫浴市场“三分天下”
358四、	高档卫浴品牌打响增值战	355三、卫浴行业八企业入围中国500最具价值品牌
	现代洁具企业的竞争策略	358五、玻璃马赛克冲击卫浴空间
361一、	管理竞争策略	360第二节
361三、	工艺的竞争策略	361一、服务竞争策略
362第三节	卫浴竞争发展趋势	361二、服务竞争策略
364三、	卫浴竞争更趋国际化	361四、经营的观念竞争策略
366五、	服务竞争走向全面化	361五、卫浴业品牌推广策略
	国外卫浴企业分析	362第三节 卫浴竞争发展趋势
367第一节	日本TOTO企业	363一、洁具竞争瞄准中高端
367二、	公司经营情况分析	363二、品牌战略定位竞争
370四、	TOTO中国市场策略	363一、洁具竞争瞄准中高端
374一、	公司概况	363二、品牌战略定位竞争
378四、	公司产品追求节水自然绿色	365四、产品质量科技应用更加不可忽视
381六、	美标公司售后服务状况	366五、服务竞争走向全面化
383二、	2002—2006年合成在华投资经营情况	366六、卫浴市场以强吞弱勢在必行
395四、	HCG领先技术	367第一节 日本TOTO企业
397二、	2002—2006年科勒在华经营情况	367一、公司基本情况
399四、	科勒设计的特点	367二、公司经营情况分析
401二、	2002—2006年经营情况分析	367三、2002—2006年在华的投资经营情况
405第六节	信益陶瓷公司	370四、TOTO中国市场策略
407三、	2002—2006年公司盈利指标	373五、TOTO公司的产品理念
	国内卫浴优势企业	374第二节 美标企业分析
409第一节	四维瓷业	374一、基本概况
		374二、历年经营情况分析
		376三、2003—2006年在华投资经营发展情况
		378四、公司产品追求节水自然绿色
		379五、美标公司中国战略转型
		381六、美标公司售后服务状况
		383第三节 台湾和成企业
		383一、公司基本情况
		383二、2002—2006年合成在华投资经营情况
		394三、和成未来大陆市场竞争策略
		395四、HCG领先技术
		396第四节 科勒企业分析
		397一、基本情况
		397二、2002—2006年科勒在华经营情况
		397三、科勒的创意与经营理念
		399四、科勒设计的特点
		400第五节 英陶洁具
		401一、公司基本概况
		401二、2002—2006年经营情况分析
		401三、公司经营理念
		403四、公司市场运作策略
		405第六节 信益陶瓷公司
		406一、公司概况
		406二、2002—2006年公司经营销售情况
		407三、2002—2006年公司盈利指标
		408四、公司经营规模情况
		408第十六章
		409第一节 四维瓷业
		409一、公司基本情况分析

409二、2002—2007年1-9月总体经营销售情况	410三、2003—2006年公司生产情况
410四、2001—2006年公司销售结构	411五、四维洁具走高档精品路线
413六、大力开拓外国市场	414七、涉足资源性行业
414第二节 广东东鹏陶瓷集团	
415一、公司背景	415二、产品状况
415三、2002—2006年公司经营情况	
416四、2002—2006年企业盈利能力分析	417五、公司产品品质理念
417六、市场运作策略	
418第三节 唐山惠达陶瓷	419一、公司概况
419二、2002—2006年公司经营销售情况	
420三、2002—2006年公司盈利指标分析	421四、惠达品牌培育结出硕果
421第四节 佛山鹰牌卫生洁具	422一、公司概况
422二、2002—2006年公司经营销售情况	
423三、2002—2006年公司盈利能力分析	423四、公司成功经营理念
423五、公司的渠道及市场推广	424第五节 广东阿波罗洁具有限公司
426一、公司概况	
426二、2002—2006年公司经营销售情况	427三、2002—2006年公司盈利能力情况
427四、阿波罗洁具联手华凌电器	427第十七章 卫浴产品发展趋势
429第一节 卫浴产品技术材料发展趋势	429一、仿古木桶
429二、玻璃洗皿	429三、塑料浴缸
430四、纳米技术	430第二节 卫浴产品设计流行趋势
432一、国际卫浴间设计流行趋势	
432二、设计新概念进入建陶卫浴行业	432三、市场要求重视个性化
433四、2006卫浴的需求方向预测	433第十八章 卫浴行业发展趋势
436第一节 卫浴行业将进行全面整合	436第二节 使用节水型洁具的发展趋势
438第三节 卫浴抗菌抗病毒的必要性	439第十九章 卫浴发展策略
440第一节 中国卫浴行业发展对策	440一、中国卫生陶瓷出口对策
440二、附加值低不利于行业做大	
443三、科技创新是必然要求	444第二节 卫浴企业竞争策略
444一、品牌优化策略是中心	
444二、系统的服务是竞争关键	446三、高科技为特征的集约化发展
446四、顺应把握产品趋势	447五、设计将是陶企未来的核心竞争力
447图表目录	图表 1
常见厨房和卫浴产品材料	1图表
2 目前市场上卫浴产品及其配件分类状况表	3图表
3 2003—2007年1-11月卫生陶瓷行业销售情况表	25图表
4 2003—2007年1-11月卫生陶瓷行业毛利率下降图	25图表
5 2003—2007年1-11月卫生陶瓷行业销售利润率下降图	26图表
6 2003—2007年1-11月卫生陶瓷行业利润率下降图	26图表
7 2003—2007年1-11月卫生陶瓷行业规模分析表	26图表
8 2005年卫生陶瓷行业销售收入各省市比例图	27图表
9 2005年卫生陶瓷行业利润总额各省市比例图	27图表
10 2004-2006年各省市卫生陶瓷行业销售收入一览表	28图表
11 2007年1-11月各省市卫生陶瓷行业销售收入一览表	28图表
12 2004-2006年各省市卫生陶瓷行业利润总额一览表	29图表
13 2007年1-11月各省市卫生陶瓷行业利润总额一览表	29图表
14 2004年卫生陶瓷行业盈利能力水平超过全国水平的省市一览表	30图表
15	

2005年各省市卫生陶瓷行业资产总额比例图	30图表	16
2004-2006年各省市卫生陶瓷行业资产总额一览表	31图表	17
2007年1-11月各省市卫生陶瓷行业资产总额一览表	31图表	18
2004-2005年卫生陶瓷行业销售收入前十位企业一览表	32图表	19
2004-2005年卫生陶瓷行业利润总额前十位企业一览表	32图表	20
2005.6月——2006.6月卫生陶瓷行业利润总额前十位企业一览表	32图表	21
1981—2004年中国建筑业对国民经济的贡献分析表	34图表	22
2002—2005年中国建筑业固定资产投资情况表	35图表	23
2004—2005年建筑安装工程固定资产投资额完成情况表	36表	24
2005-2007年1-11月中国商品房施工面积及同比增长情况	36图表	25
2005-2007年1-10月中国商品房竣工面积及同比增长情况	36图表	26
中国2001年各地区房地产开发企业（单位）住宅施工、竣工、销售面积统计	37图表	27
中国2002-2003年各地区房地产开发企业（单位）住宅施工、竣工、销售面积统计	38图表	28
2004年1—10月中国各地区房地产施工、竣工面积统计	39图表	29
2003-2004年一季度商品房销售额及增长情况	40图表	30
2004年1—10月各省市商品房销售情况	41图表	31
2005-2006年中国商品房销售面积及同比增长情况	42图表	32
2007年1-6月中国商品房销售面积及同比增长情况	42图表	33
2000—2004年商品房销售价格指数一览表	43图表	34
2006年4季度全国70个大中城市房地产价格指数	45图表	35
2006年4季度全国70个大中城市房地产价格指数	续表 46图表	36
2007年二季度全国70个大中城市房地产价格指数	47图表	37
2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	49图表	38
2001—2005年中部地区房地产开发投资完成额	49图表	39
2001—2005年东部地区房地产开发投资完成额	49图表	40
2005-2006年中国房地产开发投资完成额及同比增长情况	49图表	41
2004年世界10大不锈钢生产国家/地区	57图表	42
1991-2001年中国不锈钢需求情况（万吨）	59图表	43
2002-2005、2010年不锈钢表观消费量预测（万吨）	62图表	44
2002-2005年国内主要不锈钢企业新增生产能力（万吨）	63图表	45
2002年国内不锈钢产量及分品种构成（万吨）	63图表	46
2005年国内主要不锈钢企业生产能力（万吨）	63图表	47
2002年-2005年国内不锈钢产需平衡	64图表	48
1960-2003年世界铜的生产量	65图表	49
2006全年与2007年全球铜矿、精炼铜、铜消费量预测	67图表	50
2005年中国部分金属产量	70图表	51
2001-2007年中国铜产量变化趋势趋图	70图表	52

中国近一年来每月的精铜产量,进出口量和表观消费量数据	76图表	53
2007年来中国每月的精铜产量,进出口量和表观消费量数据	76图表	54
我国与全球水暖卫浴的交易额年比较图 (%) 92图表	55	56
我国卫浴市场需求现状表 98图表		56
1997 - 2003年海尔公司厨卫市场销售状况图 (亿元)	99图表	57
2003年城镇房屋居住状况统计汇总表	101图表	58
1997—2004年我国房地产市场运行状况一览表	101图表	59
2006——2007中国高中低档卫生陶瓷需求比例图	103图表	60
社会保障相关待遇标准变化情况 106图表	61	
2007年1-10月北京市城乡居民收入 106图表		62
2005年北京地区生产总值 108图表	63	
2000 - 2005年北京市地区生产总值及增长情况 108图表	64	
1996——2004年北京市房地产开发情况统计表	113图表	65
1996—2004年北京市商品房施工面积增长趋势图	113图表	66
1996—2004年北京市商品房竣工面积增长趋势图	114图表	67
2000—2004年北京市各类型商品房施工面积、新开工面积、竣工面积一览表	114图表	68
2006-2007年1-10月北京房地产开发投资增幅趋势图	114图表	69
2006-2007年1-10月北京房地产开发面积增长趋势图	115图表	70
2007年上海总体经济增长图 122图表	71	
1995—2004年上海市房地产开发投资额增长图 125图表	72	
2000—2004年上海市房地产运行情况表	125图表	73
2005 - 2007年上海市房地产开发投资结构及增长	126图表	74
上海消费者对卫浴市场认识手段比例分布 127图表	75	
2005年广州城乡居民消费价格指数 133图表	76	
2005年城乡居民家庭平均每百户耐用消费品拥有量	134图表	77
2000—2004年广州市商品房开发情况一览表	142图表	78
2007年第一季度房地产开发完成投资情况	143图表	79
2000—2004年成都市房地产开发投资情况表	152图表	80
“十五”时期深圳市生产总值及增长速度	157图表	81
“十五”时期深圳市社会消费品零售总额及增长速度	158图表	82
2000—2004年深圳市房地产开发情况表	162图表	83
海尔1997年 - 2003年整体卫浴市场销售状况分析图	174图表	84
我国城市居民知道整体卫浴的比例图(%) 179图表	85	
我国城市居民整体卫浴拥有状况(%) 180图表	86	
我国未来城市居民家庭预期装配“整体卫浴”的价格分布	181图表	87
2002年世界建筑陶瓷生产消费和出口贸易地区分布	184图表	88
1999-2002年世界建筑陶瓷主要出口源 (按2002年份额排名)	185图表	89
意大利建筑陶瓷生产和销售统计与2004-2005年预测	186图表	90
意大利各类建筑陶瓷平均制造成本 (2002年欧元/平方米)	186图表	91
意大利建筑陶瓷出口市场明细与2003-2005年预测	187图表	92
2002年意大利主要生产企业营业额 (百万欧元) 产量 (百万平方米) 产品组合及出口比例		

188图表	93	西班牙建筑陶瓷生产和销售统计	188图表	94
西班牙建筑陶瓷生产和销售统计与2004-2005年预测			189图表	95
西班牙建筑陶瓷出口市场明细与2003-2005年预测			190图表	96
土耳其建筑陶瓷生产能力、生产量和出口量	191图表	97	2000年日本瓷砖生产和销售	
205图表	98	日本建筑陶瓷进出口统计	205图表	99
日本建筑陶瓷生产和国内销售量	205图表			
100	1996-2002年菲律宾建筑陶瓷消费量	206图表	101	2001年主要瓷砖进口公司
206图表			206图表	
102	2004—2007年1-10月中国卫生陶瓷产量增长图		207图表	103
2004—2006年1-6月卫生陶瓷各省市产量			208图表	104
2004—2005年中国卫生陶瓷月度产量图：	208图表	105	2005年卫生陶瓷产量前十名企业	
209图表	106	2006年1-6月卫生陶瓷产量前十名企业	209图表	107
2003—2004年山东卫生陶瓷行业销售利润情况表			225图表	108
2001-2006年中国卫生陶瓷出口数量变化图			234图表	109
2001-2006年中国卫生陶瓷出口金额变化图			235图表	110
2001-2006年中国卫生陶瓷出口单价变化图			235图表	111
2001-2006年中国卫生陶瓷进口数量变化图			236图表	112
2001-2005年中国卫生陶瓷进口金额变化图			236图表	113
2001-2005年中国卫生陶瓷进口单价变化图			237图表	114
2005年中国卫生陶瓷出口部分国家和地区情况			237图表	115
2005年各省市卫生陶瓷出口情况一览表			238图表	116
2005年中国卫生陶瓷部分进口来源地分析			238图表	117
2005年各省市进口卫生陶瓷情况分析	239图表	118	水龙头筛选企业一览表	243图表
119	6家水龙头著名企业的销售情况汇总表	243图表	120	6家水龙头著名企业的盈利水平汇总表
243图表	121	2002—2006年成霖股份主营收入增长图	260图表	122
2005—2006年成霖公司经营效率一览表	260图表	123	募集资金投向表	262图表
124	筛选的热水器企业名录表		265图表	125
2003-2006年中国12家主要热水器企业汇总销售情况表			265图表	126
2003-2006年中国12家主要热水器企业盈利指标汇总一览表			266图表	127
2002—2003年中国热水器市场零售量指数动态图			266图表	128
2002年11月—2003年热水器市场零售量结构动态图			267图表	129
2002年11月—2003年11月燃气热水器市场零售量价格结构动态图			267图表	130
2002年11月—2003年11月电热水器市场零售量价格结构动态图			268图表	131
不同排水量燃气热水器市场构成图	268图表	132	不同容量电热水器市场构成图	269图表
133	2002年11月—2003年11月主要品牌电热水器零售量占有率动态图		269图表	134
2002年11月—2003年11月主要品牌燃气热水器零售量占有率动态图			270图表	135
一级市场和二三级市场在热水器行业的营销效果对比表：			275图表	136

各类热水器当前使用及未来购买情况	278图表	137	用户对太阳能热水器使用的整体评价图	278图表	138
用户对太阳能热水器的服务评价分布图	280图表	140	1995—2005年中国太阳能市场容量分析图	283图表	141
筛选的浴霸企业名称：	310图表	142	2003-2006年中国7家浴霸主要企业的经营销售汇总表	310图表	144
2003-2006年中国7家浴霸主要企业的盈利指标汇总表	310图表	144	2002年1-8月份浴霸平面广告费用对比	311图表	145
2002—2006年杭州奥普经营销售情况表	319图表	146	2002—2005年杭州奥普盈利水平图	319图表	147
2004年中国卫浴行业入围中国500最具价值的品牌情况表	358图表	148	日本TOTO公司1996 - 2003销售收入、利润情况一览表	367图表	149
1996-2003日本TOTO公司销售收入增长曲线图	368图表	150	1997-2003日本TOTO公司利润增长情况曲线图	368图表	151
1995-2003年日本TOTO公司产品销售构成	368图表	152	日本TOTO公司海外生产基地一览表	369图表	153
TOTO1997-2003年在海外市场的销售状况分析	369图表	154	TOTO在中国投资、生产情况一览表	370图表	155
1997-2003年TOTO中国业务的营业额	370图表	156	2002—2006年东陶机器北京有限公司经营销售表	371图表	157
2002—2006年北京东陶有限公司经营销售表	372图表	158	2002—2006年北京东陶有限公司盈利指标一览表	372图表	159
2002—2006年南京东陶公司经营情况表	372图表	160	2002—2006年南京东陶公司盈利能力表	373图表	161
2002—2006年东陶机器（上海）有限公司经营销售表	373图表	162	2002—2006年东陶机器（上海）有限公司盈利指标表	373图表	163
美标公司主营业务及市场地位情况	375图表	164	1997-2002美标所有产品销售收入	376图表	165
1997-2002美标卫浴产品销售收入	376图表	166	1997-2002年总销售收入及其卫浴设备销售收入	376图表	167
2000 - 2002年产品销售收入、收益构成比例	377图表	168	2002年标准（美标）公司产品销售收入构成比例	377图表	169
2002年标准（美标）公司产品销售世界区域构成比例	377图表	170	2002—2006年上海美标陶瓷有限公司经营销售表	378图表	171
2002—2006年上海美标陶瓷有限公司盈利指标表	378图表	172	2002—2006年美标(天津)陶瓷有限公司经营销售表	379图表	173
2002—2006年美标(天津)陶瓷有限公司盈利指标表	379图表	174	美标公司售后服务图	383图表	175
和成企业2002年收入构成比例	388图表	176	和成2001-2002产销组合情况	389图表	177
1998-2002和成欣业营业收入、利润情况	392图表	178	2000-2003和成欣业月收入明细表	393图表	179
台湾VS中国大陆获利(税后EPS)表	393图表				

180	2002—2006年和成（中国）有限公司经营销售情况表	394图表	181
	2002—2006年和成（中国）有限公司盈利指标一览表	395图表	182
	2002—2006年佛山科勒有限公司经营销售表	398图表	183
	2002—2006年佛山科勒有限公司盈利指标一览表	398图表	184
	2002—2005年上海科勒有限公司经营销售表	399图表	185
	2002—2005年上海科勒有限公司盈利指标表	399图表	186
	2002—2006年英陶洁具有限公司经营销售表	403图表	187
	2002—2005年信益陶瓷(中国)有限公司经营销售情况	407图表	188
	2002—2005年信益陶瓷(中国)有限公司盈利指标一览表	408图表	189
	2002—2006年1-6月重庆四维瓷业股份有限公司经营销售表	410图表	190
	2006-2007年1-9月重庆四维瓷业股份有限公司经营销售表	410图表	191
	2002—2006年重庆四维瓷业股份有限公司盈利指标一览表	410图表	192
	2006-2007年1-9月年重庆四维瓷业股份有限公司盈利指标一览表	410图表	193
	2003—2006年重庆四维瓷业股份有限公司卫生陶瓷产量图	411图表	194
	按行业2001 - 2004年四维公司统计数据	411图表	195
	2001 - 2004年按主要产品四维统计数据	411图表	196
	2003—2004年四维瓷业销售利润分地区情况表	412图表	197
	2006年四维公司分行业分产品经营情况 412图表	198	2006年四维公司主营业务分地区情况 412图表
	199	2007年1-6月四维公司分产品分行业情况	412图表
	2007年1-6月四维公司分地区情况	413图表	201
	2002—2006年佛山市东鹏洁具有限公司经营销售表	417图表	202
	2002—2006年佛山市东鹏洁具有限公司盈利指标一览表	417图表	203
	2002—2006年唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司经营销售表	421图表	204
	2002—2006年唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司盈利指标表	421图表	205
	2002—2006年佛山鹰牌卫生洁具陶瓷有限公司经营销售表	423图表	206
	2002—2006年佛山鹰牌卫生洁具陶瓷有限公司盈利指标表	423图表	207
	2002—2006年广东阿波罗洁具有限公司经营销售表	427图表	208
	2002—2006年广东阿波罗洁具有限公司盈利指标一览表	427图表	209
	2002-2004年建筑陶瓷各主要进口市场竞争状态及我国出口目标	440图表	210
	2003年东南亚瓷质砖需求量	441	

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2785027850.html>